



首届“长江杯”优秀作品征集活动线上颁奖

中国出版传媒报讯 8月20日,首届“长江杯”中国现实主义原创儿童文学优秀作品征集活动线上颁奖会在湖北武汉举行。

湖北省委宣传部二级巡视员、出版处处长周凤荣,武汉市文联副主席、著名儿童文学作家董宏猷,湖北省作协原副主席、著名儿童文学作家徐鲁,长江出版传媒股份有限公司副总经理李兵,长江少年儿童出版社(集团)有限公司董事长何龙、总编辑姚磊,长江出版传媒股份有限公司出版业务部副部长邓涛等嘉宾出席了颁奖会,共同见证首届

好书背后的光阴故事

关键词 美育 建筑 艺术

■ 欣闻20多年前策划的“小蜻蜓美育丛书”之《建筑艺术的语言》,入选教育部颁布的《中小学生阅读指导目录(2020年版)》,曾经的编辑岁月、组稿经历一一浮现于眼前。

○钱元元(凤凰出版传媒集团)

20世纪90年代中期,我在江苏教育出版社从事期刊编辑工作的同时,尝试独立策划、责编图书。当时的苏教社,中小师生用书、教育理论读物等产品线渐趋成熟,好书迭现。经过一段时间的观察和了解,我发现美育类图书不仅本社没有,整个业界也鲜见,于是提出了针对青少年出版一套美育丛书的选题构想。

时任期刊编辑室主任的李树平老师非常支持,鼓励我放手去做,并力陈可行性,最终通过了选题论证。通过学长章俊弟老师、童强老师的引荐与帮助,很快组织了丛书分卷作者队伍,分别是王干、楚尘(文学卷《迷人的语言风景》),童强(美术卷《奇妙的色彩王国》),刘先觉(建筑卷《建筑艺术的语言》),郭平(音乐卷《净化灵魂的旋律》),庄锡华(自然卷《神秘的造物奇观》)。这是一个集中了作家、研究员、教授的作者团队,选题构思转化为书稿文字,开局就很顺畅。分卷单本书名的确定,则经历了一番改易。譬如“建筑卷”原稿书名为《凝固的音乐》,既表述专业又富有诗意。但我思忖

再三,担心后续图书上架销售,五本分卷置于一个纸质函套内,书脊书名会让选购的青少年读者或家长认为与“音乐卷”重合,遂提出将其改为《建筑艺术的语言》,作者刘先觉教授尊重并接受了我的建议。

审定发排之时,文宣先生为丛书作的总序也如约而至,丛书名与策划初衷得到了这位文坛大家的首肯。艾老认为,一个人的审美能力是需要培养的,在中小学阶段广泛开展美的教育,真正做到德、智、体、美全面发展,是必要的;美的教育是一项铸造人的灵魂的工程,一个人的鉴赏力是长期艺术修养的结晶;“小蜻蜓美育丛书”填补了青少年美育图书出版的空白,从文学、音乐、美术、建筑、自然五个方面介绍美的知识、美的情调、美的历史,作者的文字清新优美,令人在阅读的同时既收获丰富的人文知识,又得到美的享受,相信丛书出版之后会受到广大青少年读者的欢迎。

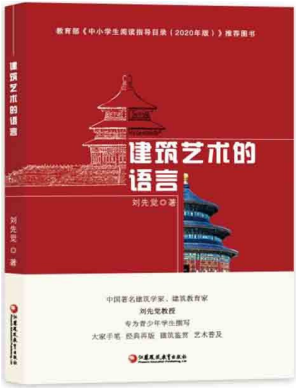
发行科传来的征订数字证明了艾老的判断,丛书首印6000套售罄后又加印,之后数年每年仍有可观的订数,超出了我自己以及社领导最初“试试看”的预期。时隔20余年,教育部《中小学生阅读指导目录》选入《建筑艺术的语言》,更体现了一本好

书的影响力和它超越时光的阅读价值。

当初我为丛书名斟酌思量时,想到这是自己走上编辑岗位进行图书策划的试水之作,同时虑及选题已经确立的美育思路,因而取宋人诗意为之命名。如今回望,昔日的尖尖小荷早已菡萏成花,这部书超越了“小蜻蜓”的生命周期,长销不衰。更为可喜的是,在苏教社小学分社整个团队的共同努力下,修订改版后的《建筑艺术的语言》一书,收录195张图,其中69张彩图是此次新增的经典建筑实景图,另外126张建筑简笔画或素描图保留了首版附图原貌,并依据现有开本做了放大处理,呈现出贴近时代、契合读者的好意。

麦克斯韦尔·珀金斯曾对托马斯·沃尔夫说:“这是你的书,我只希望它以最好的样子面世。我的工作、我唯一的工作,就是把好书放到读者手中。”编辑和作者之间,编辑和书籍之间,总是存在着这样一种互动和关联。

《建筑艺术的语言》选题缘起及再版修订的过程,既是一本老书的出版往事,又是一部新书的光阴故事。



不肯“精神分裂”的插画师没有出路

关键词 图画 创作 意象

■ 今年三月初的一天,我终于向插画师这个职业靠近了一步。接到《豆粒儿,你的信》(安徽少年儿童出版社出版)的插画任务时,我的心情很复杂,紧张又向往,这是我第一次独立完成整本书的插画创作。

过头顶,用它盛满阳光。送给野兔兄弟,送给田鼠,也送给狐狸一份吧。”我进入了一个自在、天然、善良、宽容的超级田野。“它们开学了,没有你的事。豆粒儿,你的快乐在田野。”一个在田野撒欢的小猪在我头脑中逐渐成形。

没有交流的创作是没有灵魂的。编辑、作者和我建立了一个交流群组,我每创作一幅插图前都会画草图供大家讨论。比如“月亮”这幅,“你要是渴了,就坐在屋顶,顺便端上一个小碗。月亮水汪汪的,一定能滴下水来。”我的第一版草图是端着碗的小猪坐在房顶上发呆,碗中映着月亮的倒影。编辑给的建议是——描绘“月亮滴水”的场景,能表现“看上去像假的,其实是真的”的哲思,又富有意境。相比之下,之前的表现方式过于真实,少了些意境和美感。除了具象的“超级田野”,这本书还是抽象的、哲学的。

不肯“精神分裂”的插画师没有出路,我常常提醒自己——跳出来看看,以读者的视角来画。比如“空袋子”这幅画,芝麻很小,近乎于无。那不如画几个大大的芝麻!就让它们分布在画面上,哪怕有点儿夸张,但是能传达出

芝麻散落在空中的信息。书中还有很多东北特有的动物植物,比如夜猫子、老西子、胖小儿……这些都是东北的叫法,作者很贴心地对它们进行科普。当然,这些“神兽”也是我要画的内容。当我真正开始观察自然,发现与印象中的自然并不相同。比如山里红,我原以为它和山楂长得一样,后来才了解到山里红的果实比山楂小很多,果实的分布也要密实得多。还有一次,经过一上午的勤奋,我成功地把蚂蚱画成了蝈蝈。实际上它们长得完全不同。蝈蝈通常是翠绿的,蚂蚱大多是褐色;蝈蝈腿长身子小,蚂蚱腿短身子大。于是我反复查了很多资料和图片才敢动笔。插画注释这部分工作看起来无趣,需要严谨对待,反而在严谨的考证中生出了很多乐趣。这些乐趣就在于你发现了田野自然的本来面目——它无拘无束的,无拘无束地传达着某种可以上升为艺术感的东西。

这就是我初当插画师的创作体验。我和小猪“骑”着画笔,一起穿越田野的四季,这是插画艺术馈赠给我和小猪最好的礼物。



有条”,画面却是家中凌乱的场景,“有车、有房,还有个好朋友”的文字配合着列文在窗前孑然独立的小身影。最终,一直保持双线行进的图文,在一个重要的转折点重合了——因疫情失去主人照拂的列文,实在太饿了,它放下骄傲与戒备,大口大口吃着社区叔叔带来的食物。绘本中看似不经意间安排的各种小道具,其实每一个都暗藏玄机,为绘本的整体叙事增加了多重线索。

长期以来,苏少社积累了大量优质的绘画作者资源,他们承担起了这个重点项目的绘本创作任务,为这次疫情中的出版贡献了专业力量。“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”系列中的每个故事都从不同的视角展开,讲述了风雨中的大爱、柔情中的坚强、幽默中的负重前行,用丰富美好的艺术语境凝练出精彩的故事。同时,“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”在出版和“走出去”的过程中,也受到世界各国瞩目和认可,希望借由这套绘本,把勇气和爱带给全世界的孩子。

2020年中高考结束后,不少学生和家长惊呼:“语文才是拉分王”。享誉世界的数学家苏步青坦言“语文是成才的第一要素”。随着2017年语文改革和高考改革政策相继出台,犹如一袭强风将幕布拉开,让曾经“默默无闻”的语文从幕后站到了台前,“得语文者得天下”口号的出现与“大语文”理念的提出,让不少大语文图书相继面世。

○王昕(石油工业出版社)

2014年,国内奥数 and 英语类培训如火如荼,但语文类培训尚未受到重视。当时年轻的80后窦昕刚刚提出“大语文”的理念,其新颖、有趣的授课方式让我眼前一亮。作为一名家长,我深感语文十分重要,为当时还在上小学的女儿寻觅语文课外辅导班时初次接触大语文。通过不断接触,我越来越认为窦昕的大语文理念与我对语文的看法不谋而合。我从2014年开始策划出版大语文图书,由石油工业出版社出品的“点亮大语文文库”受到小读者欢迎。

语文中的“语”是汉语,“文”是文字、文学、文化。传统语文课只有“语”没有“文”,只注重实用性而忽略人文性,少了文学和文化的味道,这就成了偏实用、偏功利的“小语文”。大语文的特点是结合知人论世的思想,从时代背景、人物生平入手讲解文学作品,让学生更容易建立清晰的文史知识脉络。

俗语说:“风起于青萍之末”。随着近年来中国不断坚定文化自信,中小學生加大传统文化学习力度,我十分看好大语文的理念和实践,于是便当即决定找窦昕团队寻求合作。我相信,基于大语文理念出版的大语文图书不会让大家失望。

2017年,随着全国性课改和考试的推进,语文教材中的古诗文大幅增加,中高考语文的分值大幅提升,语文的基础性地位更加突出。如今,大语文俨然成为风口,仅2019年大语文相关融资事件就有数十起,越来越多的出版人开始做大语文图书,相关的图书产品不断推陈出新,大语文图书市场迎来了繁荣发展的局面。

2014年至今,《有意思的国学启蒙》《有意思的经典童书》《文学必修课》等图书相继出版。2015年,为了开发更具爆发力的大语文图书,我与作者团队反复讨论,最终《乐死人的文学史》的策划思路渐渐成型。我们首先确定《乐死人的文学史》的调性,所有的努力只围绕两点展开,一是有意思,用孩子喜闻乐见的幽默方式,让兴趣引领阅读,孩子看了就会记;二是有意义,穿插丰富的文史知识,让阅读成为兴趣,孩子记了就会用。

当时窦昕工作异常繁忙,缺少当面沟通的时间。于是我经常趁他课间休息的几分钟与他沟通选题,就是在这样的空隙里终于敲定图书出版的各项细节。2015年,图书二维码技术还未被广泛采用。经过调研,我认为在大语文图书中应用二维码,既有利于增加图书附加值,也有利于提升作者的影响力。最终我们成为图书中应用二维码的先行者,此后二维码技术在图书中被普遍应用。

2016年《乐死人的文学史·唐代篇》一经上市就成为爆款。《乐死人的文学史》作为“点亮大语文文库”中的经典畅销书,是石油工业出版社大语文图书拳头产品。该套丛书结合小学生的阅读习惯和心理,以幽默轻松的语言解读文学历史人物及他们的作品。用孩子能够接受的表述方式来讲述文学历史,是丛书的主要畅销基因。

为了让更多的孩子接触大语文并从中获益,我在大语文图书发展的不同阶段,不断创新营销方式,多渠道拓宽大语文图书的品牌影响力。2016年《乐死人的文学史》刚上市,通过运营“石油家长学堂”微信群,让石油系统内学生家长了解大语文,同时提升了大语文作者团队的知名度,并有效拉动了图书的销量。2018年推出新书《乐死人的文学史·魏晋篇》,如何让该书再度燃爆市场呢?在广泛调研的基础上,我决定以“墙书”的形式附赠图书价值。策划思路定下后,我与作者团队密集沟通,1个月内推出《漫画中国文学历史年表》(特色墙书)。这本特色墙书长达2米,以时间为轴,以朝代有序,上方是名家名篇,下方是历史事件,中国文学史一目了然。扫描不同二维码,还能倾听不同朝代的文学史。墙书一经推出,广受学生热捧,也让学生们学习文史变得更加方便、有趣。

今年2月,《乐死人的文学史·两汉篇》新书出版,借助窦昕团队的流量优势,策划由大语文名师打造视频课程。于是,这套书配备的690分钟视频课顺势推出,获得小读者的欢迎。暑期最新推出的“乐死人的文学史”系列,以“摩卡”的新形式呈现,这是基于教育属性研发的文学卡牌游戏和手办产品。通过不断深挖畅销基因,在延续既有幽默风格的基础上,不断提升图书价值,以新书带动旧书的方式促进了大语文图书的持续热销。7年来,“点亮大语文文库”品种不断扩充,已初步形成石油工业出版社大语文图书的规模效应和品牌效应。

语文不仅仅是语言的一种传承,更是我们生于斯、长于斯的一种观念和生活方式。如今,大语文的理念早已深入人心,大语文图书销量也逐年增加,仅《乐死人的文学史》就销售百万册。我们将坚持出版“有意思”“有意义”的大语文图书,让更多孩子爱上语文。

大语文时代,怎么打造畅销书?

关键词 大语文 图书 文学史



用艺术语境凝练生命教育绘本

关键词 抗疫 绘本 暖心故事

■ 今年年初,新冠肺炎病毒肆虐,江苏凤凰少年儿童出版社组成攻坚团队,出版了“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”系列,并实现了全球多国版权输出。该系列共六册,以当下抗“疫”的国情、民情和世情为背景,站在儿童视角,从不同角度聚焦战“疫”过程中不同家庭、不同生命之间发生的感人故事。

○李璐

为了给孩子带来优质的阅读感受,“童心战‘疫’·大眼睛暖心绘本”系列采用硬面精装设计,选取正方形开本。绘本的订口处设计了一个完整的色块,增加精装绘本的装帧维度,块面与封面主色调形成撞色,拉大与封面整体色彩的反差,从视觉上提高封面的整体明度,让结构更加立体。

封面的设计构思中,我们充分考虑到封面元素与内页故事互相连贯对照,将绘本中的故事主角栩栩如生地展现在小朋友面前。比如《九千毫米的旅行》封面设计,将书名做成了一块路牌,暗示小坡与姐姐即将开启“冒险旅程”;《列文是只猫》的封面特意隐去了猫的整体形象,只出现猫的后半身,画面上倾倒的水杯、东倒西歪的桌子以及飞舞在半空的各种物件,无不暗示了列文在失去主人的悉心照拂后“井井有条”的日常生活;《“躲”起来的妈妈》封面上是姐姐抱着小兔子的孤独身影,她望向虚掩着的门,似乎在盼望着什么。

绘本封面上形成的悬念,内文为读者一一解答。《九千毫米的旅行》是一个发生在疫情期间的居家小故事,主人公小坡和他的姐姐因为父母被隔离,只能独立在家生活。空旷的屋子、年幼的孩子,姐弟俩的世界突然变得很“大”,并且充满了“危险”和“挑战”。该书的绘画重点放在画面中“大”与“小”之间的场景转换,绘者对构图的周密构思与设计,赋予了画面节奏规律性的变化,让故事获得了独特的韵律感,增强了绘本的可读性与趣味性。

在创作中,绘者一边讲述故事,一边用轻松有趣的方式把防疫知识传递给孩子,还给小主人公姐姐安排了一个好朋友——“小兔子”,象征着孩子们成长过程中需要能够陪伴和鼓励自己的好朋友。除了小兔子,绘本中还有一只有个性的小猫。《列文是只猫》的主角是一只名叫列文的小花猫,它的主人是一名护士,在这个特殊时期主动申请去了抗疫一线。本着用图画说故事的宗旨,《列文是只猫》刻意让图、文两条叙事线形成反差。文中描写列文“生活规律、井井